

3	مدة الانجاز	الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاومات	المادة
6	المعامل	شعبة العلوم الإقتصادية والتدبير: علوم التدبير المحاسباتي	الشعبة أو المسلك

Examen Probatoire N°2

Année Scolaire : 2019/2020

Consignes

- ✓ Seule l'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée ;
- ✓ Évitez les ratures et surcharges, aérez le texte, numérotez les réponses, encadrez les résultats et utilisez la règle pour tracer les tableaux ;
- ✓ Le sujet comportera un barème détaillé. [(note/20)*coefficient] ;
- ✓ Les pages N°6 et N°7 contiennent les annexes à compléter et à rendre avec la copie

Barème et numéros de pages

Dossiers	N° de pages	Barème
Dossier N°1 : Approvisionnement, Production	2	5.25pts
Dossier N°2 : Mercatique	3	3,75pts
Dossier N°3 : stratégie, croissance et fonction financière	4-5	11pts
Note totale.....		20 pts

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

med PAPER
Le spécialiste dans la fabrication de papier

Dénomination : MED PAPER

Activité : Fabrication et transformation du papier édition, écriture et emballage.

Forme juridique : Société anonyme

Capital social : 258 255 500 DH

Effectif : entre 200 et 500

Adresse : Zone industriel Moghoha, route de Tétouan, allée 1, Tanger. Maroc

Dossier N° 1 : l'organisation de la l'approvisionnement et de la production

Document 1.1 : Politique d'achat

Le demandeur consolide les besoins des utilisateurs du produit à acheter. Il consulte le prescripteur pour la validation des spécifications d'achat.

A la réception de la demande d'achat, le magasinier la codifie et l'oriente vers le responsable du service achat au niveau local qui la prend en charge ou la dirige à son tour vers le responsable service import/export lorsqu'il s'agit d'une importation. Pour les achats effectués sur le marché local, le responsable du service achat affecte la demande d'achat à l'assistant achat .A la réception des offres émanant des fournisseurs consultés, le responsable du service achat (pour les achats opérés sur le marché local) ou le responsable du service import/export (pour les importations) prépare un tableau comparatif des offres

Le Directeur d'usine valide l'opération « achat » après analyse des conditions techniques et financières notamment, la qualité, la quantité et les réductions financières des offres reçues.

Les achats de la société sont réalisés auprès de fournisseurs locaux ou de fournisseurs étrangers. A la réception de la livraison, le magasinier vérifie la conformité de la livraison avec les spécificités d'achat. Le Président Directeur Général signe le dossier d'achat.

A la réception de la facture, le chargé de la comptabilité procède au paiement du fournisseur selon l'échéancier prévu entre MED PAPER et ledit fournisseur.

Document 1.2 : Processus de production

Le site de production de MED PAPER est organisé en trois sections : une section relative à la préparation de la matière première (soit la pâte à papier), une section afférente à la production et une section liée à la transformation.

Le processus de transformation de la pâte à papier en feuille de papier peut être résumé, dans l'ordre, comme suit : La préparation et le raffinage de la pâte à papier, destiné à favoriser l'enchevêtrement des fibres ; L'épuration, la dilution et la désaération de la pâte ; La distribution de la pâte à papier sous forme de jet sur une toile ; La compression de la pâte entre des cylindres absorbants ; Le séchage de la feuille ; La couverture de la surface de la feuille en matières améliorant ses propriétés ; Le lissage du papier ; et La finition : l'enroulement puis le découpage en rames de la feuille.

Un contrôle total du processus de fabrication est effectué tout au long de la chaîne. Ainsi, des scanners sont installés sur les machines à papier pour contrôler en continu les caractéristiques du papier (grammage entre autres). Grâce à nos équipes et installations, nous pouvons stocker, transformer et livrer les produits dans les meilleures conditions et délais.

Source des documents : www.med-paper.ma

Travail à faire N°1/ (5.25 pts)		
Numéro	Questions	Barème
1	a) Définir les mots en gras soulignés	0.5pt
	b) Relever les sources d'approvisionnement de Med Paper ;	0.25pt
	c) Justifier le recours de Med Paper à ces sources d'approvisionnement	0.5pt
	d) Schématiser les étapes du processus d'achat chez Med Paper	1pt
	e) Relever et qualifier deux critères de sélection choisis par MED PAPER	1pt
2	a) Identifier le mode de production selon les contraintes commerciales	0.5pt
	b) Identifier le mode de production de MED PAPER selon les contraintes techniques, Justifier votre réponse.	1pt
3	a) Justifier que Med Paper utilise le progrès technique et informatique dans la production.	0.25pt
	b) Citer un effet favorable et un autre défavorable du progrès technique et informatique sur l'entreprise.	0.25pt

Dossier N°2 : mercatique

Document 2.1 : Portefeuille produits et distribution

Afin de répondre aux attentes de ses différents segments de marché, MED PAPER se positionne sur différentes familles de produits ; Le papier pour impression et écriture, Les produits scolaires, Les produits bureautiques, Le papier emballage.

Les clients de MED PAPER sont segmentés de la manière suivante : Grandes surfaces, Papèteries, Imprimeurs, Revendeurs (comprenant notamment des distributeurs). Industries (notamment sucreries et confectionneurs) Transformateurs, Imprimeurs, Éditeurs (notamment les transformateurs de cahiers scolaires et éditeurs de livres).

La Société commercialise ses produits dans tout le Royaume. En effet, la société dispose d'une équipe commerciale répartie sur trois centres important, à savoir Casablanca, Tanger et Fès. Cependant, les équipes commercialisent les produits MED PAPER bien au-delà des villes qui leurs sont attribuées, permettant ainsi une couverture quasi-totale du territoire marocain.

Document 2.2 : Politique tarifaire

Afin de satisfaire les exigences de ses clients, MED PAPER adopte une politique tarifaire spécifique et adéquate à chaque segment client (industriels, imprimeurs, revendeurs, transformateurs et confectionneurs). En se basant sur des études de marché (prix de vente appliqués par la concurrence, volumes de consommation, etc.) et de faisabilité (coûts de revient, rendements, etc.), la direction commerciale émet des propositions de prix à la Direction Générale qui fixe les prix de vente définitifs.

Document 2.3 : Politique de communication

Afin de promouvoir la qualité de ses produits et d'assurer la fluidité de sa communication externe, MED PAPER mène une politique marketing active notamment par :

- ◆ La participation aux foires internationales de Casablanca et de Meknès.
- ◆ La réalisation d'enquêtes de satisfaction client.
- ◆ La conception et la publication d'affiches publicitaires.
- ◆ La mise à jour continue du site web.

Source des documents : www.ammc.ma

Travail à faire N°2/ (3.75pts)		
Numéro	Questions	Barème
1	a) Classer le marché des produits de MED PAPER selon : <ul style="list-style-type: none">▪ La nature du produit commercialisé ;▪ L'étendue géographique.	0.5pt
	b) Présenter l'utilité de l'étude de marché	0.25pt
2	a) Présenter la gamme des produits commercialisée par MED PAPER;	0.25pt
	b) Montrer l'intérêt de la diversification de cette gamme pour MED PAPER	0.25pt
3	Compléter , à partir du document 2.2, l'annexe N°1	0.5pt
4	a) Dégager l'action de communication adoptée par MED PAPER	0.25pt
	b) Présenter l'intérêt de cette action	0.25pt
5	a) Schématiser et Nommer les circuits de distribution de MED PAPER	0.75pt
	b) En déduire la politique de distribution adoptée par MED PAPER	0.25pt
	c) Donner deux avantages de cette politique de distribution	0.5pt

Dossier N°3 : Stratégie, croissance et fonction financière

Document 3.1: Activité de MED PAPER

MED PAPER est le spécialiste marocain dans la fabrication de papier. C'est en 1948 que la société a démarré ses activités.

En 2008, le papetier SAFRIPAC et PAPELERA DE TETUAN ont fusionné leurs outils de production pour donner naissance à MED PAPER, société cotée à la bourse de Casablanca.

Au fil des ans, la gamme des produits offerts s'est considérablement développée et elle comprend de nombreux articles fabriqués à base de pâte vierge de cellulose ou à partir de papiers recyclés. Egalement, nous proposons autant le blanc que les couleurs en divers grammage dans tous nos produits. L'essentiel de la production est écoulée sur le marché national avec une part d'exportations à destination de divers pays : Egypte, Mali, Belgique, Grèce.

Document 3.2: Approche environnementale

La valorisation et la récupération des vieux papiers occupent une part importante dans le processus de fabrication. De nombreux produits proposés sont fabriqués à base de fibres de cellulose recyclées. Ainsi, l'entreprise participe activement au développement durable de ce secteur industriel : nombreux emplois non qualifiés générés, réduction des déchets destinés à l'enfouissement, économie de matière et d'énergie.

Documents 3.3 : Faits marquants

1997 : Mise en place d'un programme d'investissement de 170 MMAD destiné à accroître la capacité de production de Papelera De Tetuan de 30 000 tonnes à 45 000 tonnes.

2007 : Obtention de la certification ISO 9001 (version 2000) délivrée par Norske Veritas. Mise en place d'une Gestion de Maintenance Assistée par Ordinateur (GMAO)

2012 : La mise en marche d'une nouvelle station de cuiseur amidon afin de mieux contrôler la préparation de celui-ci ; Lancement de six (6) nouveaux produits.

2016 : Le Maroc décide l'interdiction des sacs en plastique. Acquisition de deux (2) machines de production de sacs en papier pour un montant de 2,8 M MAD.

Source des documents : www.med-paper.ma

Document 3.4 : Perspectives de développement de l'industrie du papier au niveau national

Dans un contexte économique et social marqué par l'essor avéré des secteurs industriel et agricole, l'émergence de la grande distribution accompagnant l'élévation du niveau de vie des ménages et l'implication de l'Etat pour le renforcement du taux d'alphabétisation via l'amélioration du taux national de scolarisation, le marché marocain du papier et carton offre des perspectives de développement prometteuses.

La Société est également exposée à la concurrence agressive livrée par les opérateurs informels. Ces pratiques encouragées par l'existence de barrières douanières à l'entrée devraient logiquement perdre leur sens avec le démantèlement douanier en cours. Désormais, la différence entre les opérateurs devrait essentiellement porter sur la qualité des produits proposés.

Source : www.aujourd'hui.ma

Document 3.5 : Orientations stratégiques de MED PAPER

MED PAPER a adopté un train de mesures concrètes, d'ordres technologiques, commerciaux et financiers à l'effet d'améliorer sa compétitivité, de répondre sur tout point aux exigences de la clientèle et de réduire son endettement et ses coûts de production. Dans ce cadre, il est arrêté les mesures ci-après :

La maîtrise des coûts

L'amélioration des techniques de production

Source : www.medias24.com

Travail à faire N°3/ (11pts)		
Numéro	Questions	Barème
1	Préciser le métier de MED PAPER	0.25pt
2	Préciser pour MED PAPER <ul style="list-style-type: none">▪ Une finalité économique▪ Une finalité sociétale	0.5pt 0.5pt
3	a) Dégager pour MED PAPER : <ul style="list-style-type: none">▪ Une opportunité▪ Une menace b) Rappeler l'intérêt du diagnostic externe pour une entreprise	1pt 0.5pt
4	Compléter l'annexe N°2	1.5pts
5	Qualifier selon l'objectif l'investissement réalisé par MED PAPER	0.5pt
6	Relever un indicateur qualitatif de croissance	0.25pt
7	Compléter l'annexe N°3	4pts
8	a) Schématiser le regroupement réalisé entre SAFRIPAC et PAPELERA DE TETUAN. b) Nommer la forme de concentration résultant de ce regroupement.	1pt 1pt

Annexe à compléter et à rendre avec la copie

Annexe N°1 : Méthodes de formation du prix de MED PAPER

Méthodes de formation du prix	Illustration
Approche basée sur l'offre (Politique de fixation du prix)
Approche basée sur les couts (Méthode de fixation du prix)

Annexe N°2 : les actions stratégiques de MED PAPER

Choix stratégiques	Illustration	Un avantage
Internationalisation
Développement du produit
Domination par les couts

Annexe N°3 : la croissance de MED PAPER

Réalizations fictives de MED PAPER	Stratégie	Modalité	Mode de croissance	Modalité de croissance
MED PAPER a racheté un concurrent national
MED PAPER a signé un contrat de joint-venture avec une entreprise locale
MED PAPER a créé une filiale à Tanger
En 2019 ,MED PAPER a inauguré l'ouverture de son premier magasin en Egypte